



2024年度 第3四半期決算説明資料

※資料中、以下については略称を使用しております。

SH社：サッポロホールディングス株式会社 SB社：サッポロビール株式会社 SLN社：株式会社サッポロライオン

PS社：ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社 SRE社：サッポロ不動産開発株式会社

SPB：SAPPORO PREMIUM BEER YGP：恵比寿ガーデンプレイス

2024年11月12日

URL <https://www.sapporoholdings.jp>

1. サマリー	・ ・ ・ P.3
2. 業績予想修正	・ ・ ・ P.4~P.8
3. 決算概要	・ ・ ・ P.9~P.19
4. 参考資料	・ ・ ・ P.20~P.33

決算：増収減益だが、年間見通しは計画の達成を見込む

(億円)	2023 Q3 実績	2024 Q3 実績	増減	増減率
売上収益	3,777	3,856	78	2.1%
事業利益 (売上収益－売上原価－販管費)	144	140	▲4	▲2.9%
営業利益	96	177	81	84.6%
親会社の所有者に帰属する当期利益	31	115	84	276.2%

- 売上収益は国内食品飲料及びその他を除き増収
- 事業利益は減益ではあるものの、年間計画に対しては、海外酒類の進捗遅れを他事業でカバーし、トータルでは計画インラインで進捗。前年の減損損失の裏返しや資産売却等により、当期利益は大幅に増益
- 年間計画の進捗を踏まえて、業績予想を修正
- トータルの利益計画に関しては修正なし

主要トピックス

- 国内酒類は黒ラベルブランド（対前年+13%）が好調に推移し、ビール全体でも市場を上回り進捗
- 海外酒類はカナダの市況悪化、米国がクラフト市場の停滞・製造移管遅延等の影響を受け、計画を下回り進捗
特に、米国はサッポロブランドは好調も、Stoneブランドの売上減少影響とシナジー発現の遅れにより損失が拡大
- 不動産事業はYGP増収・コストマネジメント等により計画を上回り進捗
- 事業利益の業績予想は、不動産事業を上方修正する一方、海外酒類を下方修正（トータルでは修正なし）

業績予想修正

業績予想修正

年間計画の進捗を踏まえ、売上収益は上方修正、事業利益はセグメント別の業績予想を修正
- 連結ベースの利益計画に関しては修正なし

(億円)	2024 年初計画	2024 修正計画	修正額	2023 実績	増減
売上収益	5,235	5,260	25	5,186	74
事業利益 (売上収益－売上原価－販管費)	190	190	-	156	34
営業利益	176	176	-	118	58
親会社の所有者に帰属する当期利益	100	100	-	87	13
ROE	5.5%	5.5%	-	5.0%	-

業績予想修正

業績予想修正（売上収益）						
売上収益：（億円）	2024 年初計画	2024 修正計画	修正額	主な修正内容	2023 実績	増減
売上収益	5,235	5,260	25		5,186	74
国内酒類	2,700	2,700	-		2,683	17
海外酒類	900	920	20	為替見通し修正等	886	34
外食	200	200	-		200	0
国内食品飲料	920	920	-		935	▲15
海外飲料	280	280	-		264	16
不動産	235	240	5	YGP増収等	217	23
その他	0	0	-		1	▲1

業績予想修正

業績予想修正（事業利益）						
事業利益：（億円）	2024 年初計画	2024 修正計画	修正額	主な修正内容	2023 実績	増減
事業利益	190	190	-		156	34
国内酒類	155	155	-		142	13
海外酒類	10	0	▲10	米国▲9、カナダ▲6、ベトナム+5	▲3	3
外食	18	18	-		21	▲3
国内食品飲料	22	22	-		22	0
海外飲料	13	13	-		▲6	19
不動産	58	68	10	YGP増収、コストマネジメント等	58	10
その他	▲85	▲85	-		▲78	▲7

海外酒類の業績予想修正について

- 海外酒類については、年間事業利益を0億円とする業績予想の下方修正を実施。主な要因は米国事業の採算悪化であり、年初計画との乖離により損失が拡大し、他地域の黒字を相殺してしまっている状況
- 現在、米国事業については抜本的な改善策を検討中

米国事業採算悪化の主な要因



①クラフト市場の長期的軟化：

- ✓当初想定よりも市場の低迷は継続しており、Stoneブランドの売上が大きく減少
- ✓このトレンドは今後数年間は継続する見通し

②コストインフレ：

- ✓原材料や人件費等の高騰影響が大きく、価格改定は実施しているものの吸収しきれず収益性が圧迫

③想定外の統合コスト：

- ✓米国での製造開始にあたり、サッポロブランドとStoneブランドの製造を両立させるため、製造・物流等に当初想定以上の人員が必要となり、生産効率低下につながっている
- ✓製造移管が数か月程度遅れたことで、ベトナムからの追加輸入が発生
(⇒遅延の原因となったベトナム製造品の生産移管に関する体制整備は、9月に概ね完了)



今後の対応

- ✓ 市場環境に適した形でのリソースシフト
 - 好調なサッポロブランドの販売間口拡大、Stoneコアブランドへの集中投資等
- ✓ 製造移管に伴う生産効率・オペレーション面の改善に向けた取組の推進
⇒上記を含めた抜本的な改善策を検討中であり、次年度以降の見通しを精査していく



決算概要



(億円)	2023 Q3 実績	2024 Q3 実績	増減	増減率
売上収益	3,777	3,856	78	2.1%
売上収益（酒税抜き）	2,916	3,009	93	3.2%
海外売上収益	900	965	65	7.2%
EBITDA	293	304	10	3.5%
事業利益 （売上収益－売上原価－販管費）	144	140	▲4	▲2.9%
事業利益率	3.8%	3.6%	-	-
その他の営業収益・費用	▲48	37	85	-
営業利益	96	177	81	84.6%
親会社の所有者に帰属する当期利益	31	115	84	276.2%

2024年Q3 決算ハイライト

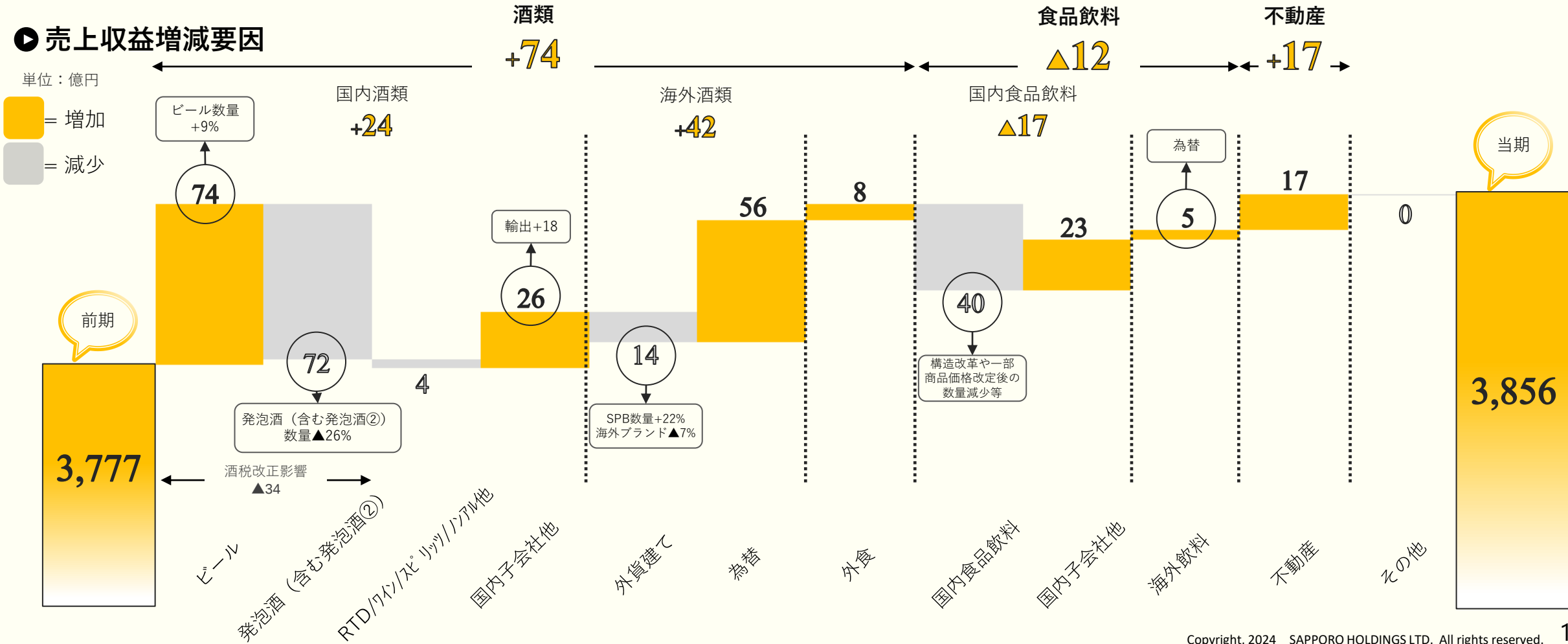


	(億円)	2023 Q3 実績	2024 Q3 実績	増減	増減率
売上収益		3,777	3,856	78	2.1%
酒類事業		2,743	2,817	74	2.7%
国内酒類		1,925	1,949	24	1.3%
海外酒類		669	711	42	6.3%
外食		149	157	8	5.1%
食品飲料事業		874	862	▲12	▲1.4%
国内食品飲料		676	659	▲17	▲2.5%
海外飲料		198	202	5	2.3%
不動産事業		160	176	17	10.5%
その他		1	1	▲0	▲38.5%

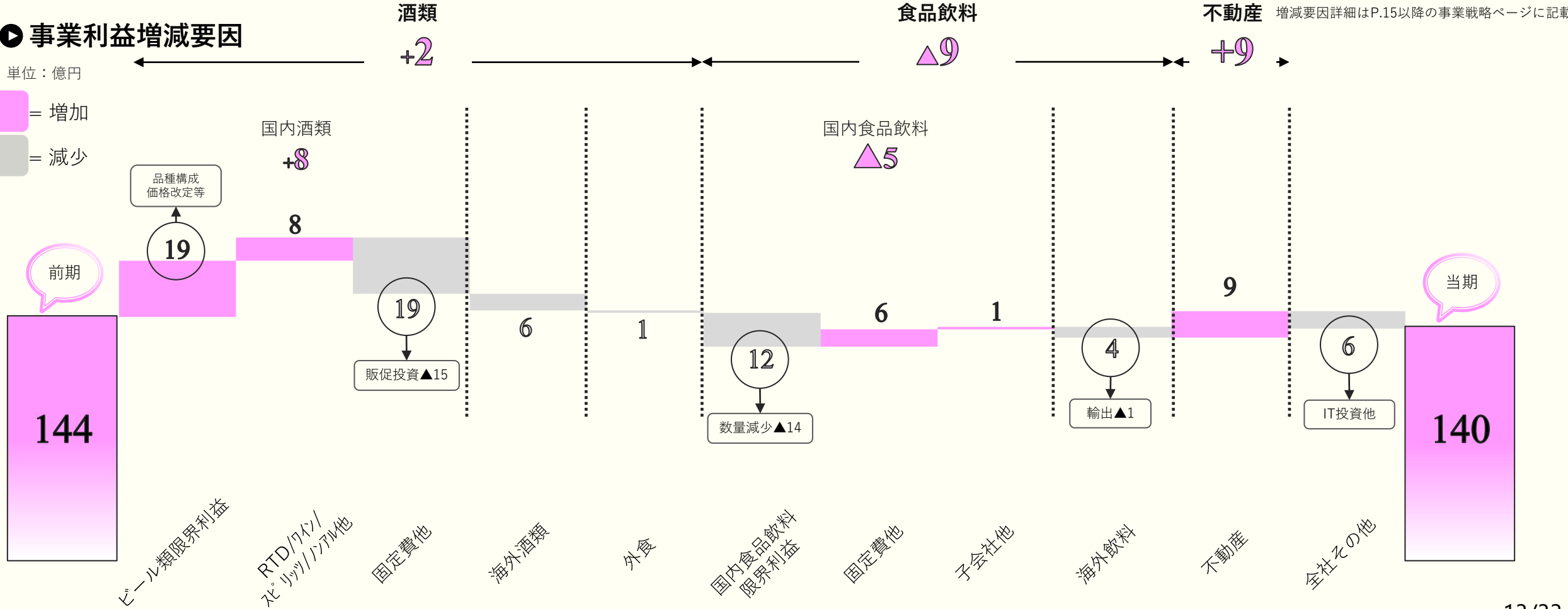
	(億円)	2023 Q3 実績	2024 Q3 実績	増減	増減率
事業利益		144	140	▲4	▲2.9%
酒類事業		128	129	2	1.2%
国内酒類		102	110	8	7.9%
海外酒類		8	3	▲6	▲68.7%
外食		17	16	▲1	▲4.6%
食品飲料事業		30	21	▲9	▲29.3%
国内食品飲料		19	14	▲5	▲26.5%
海外飲料		11	8	▲4	▲32.4%
不動産事業		42	51	9	21.8%
その他・全社		▲56	▲62	▲6	-

国内食品飲料は構造改革や一部商品価格改定後の数量減少等により減収も、酒類事業、不動産事業がけん引し
トータルでは増収
- 海外の為替影響も増収要因に

売上収益増減要因



食品飲料事業、海外酒類の減益を、国内酒類、不動産事業でカバー
- 年間計画に対しては、海外酒類の遅れを他事業でカバーし、トータルでは計画インラインで進捗

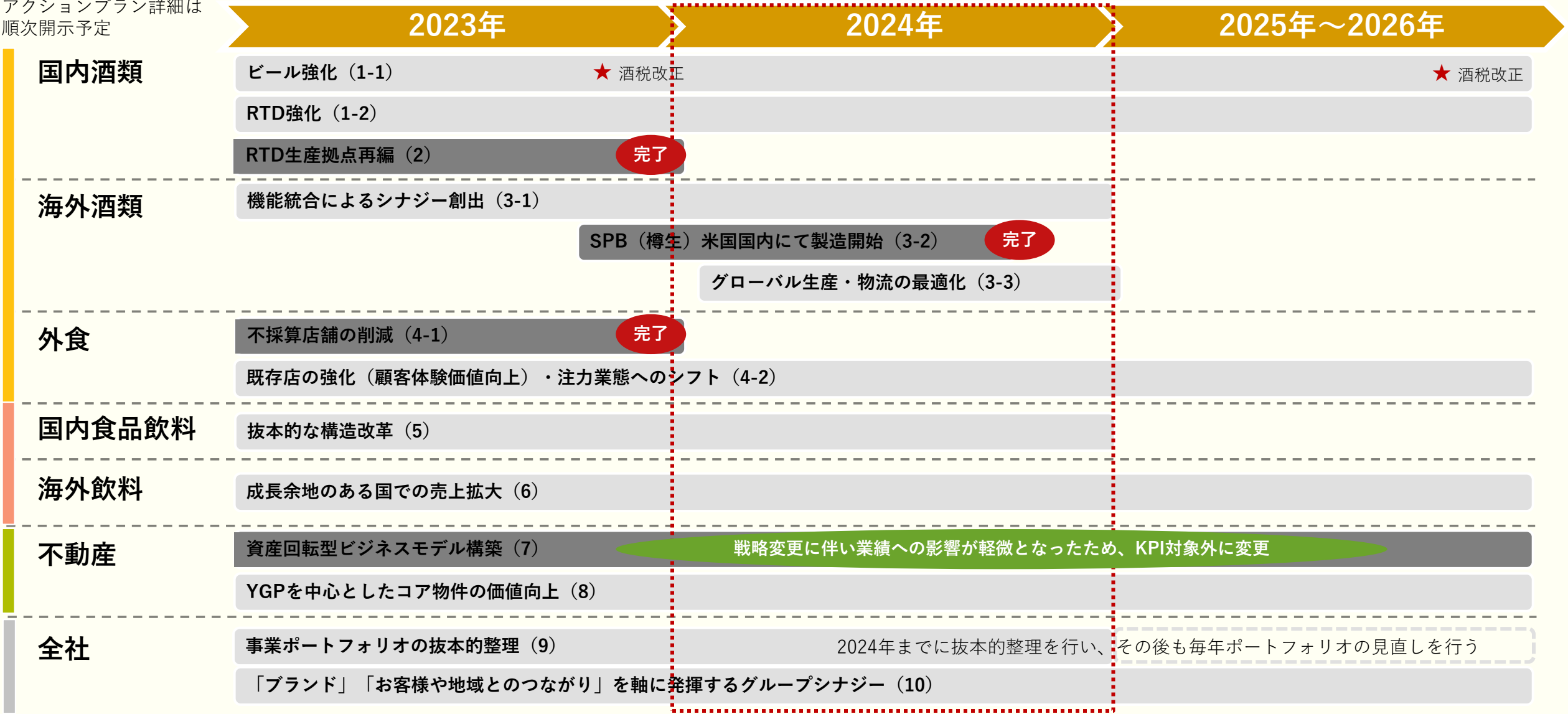


事業戦略：アクションプラン



アクションプラン詳細は
順次開示予定

P.15以降のスライドでは、（1-1）～（10）のアクションプラン番号に沿って補足説明しております



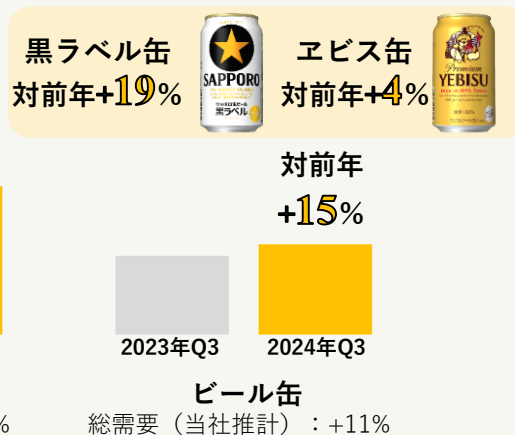
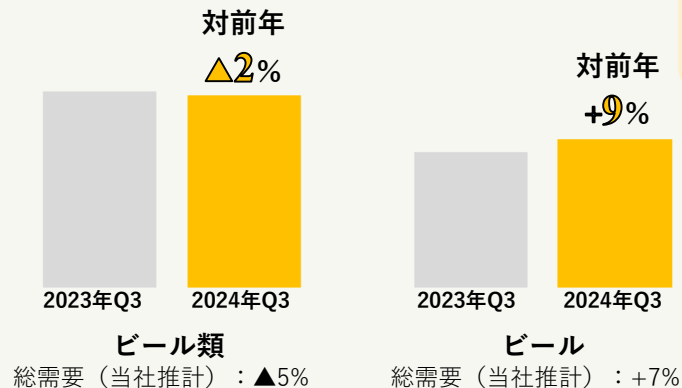
► 事業利益増減要因

事業利益：110億円（前年比+8億円、+7.9%）



昨年の酒税改正影響によりビール類数量は減少も、黒ラベル缶を中心にビールは好調を継続。
 ビールへの販促投資を拡大する中、限界利益率改善効果が寄与し増益

✓ 黒ラベル缶を中心に、市場を上回り進捗



✓ YEBISU BREWERY TOKYOの状況



- ・ 本年4月にエビスの新たなブランド体験の拠点として恵比寿に開業した「YEBISU BREWERY TOKYO（YBT）」は、来場者数17万人を突破（10月時点）
- ・ エビスブランドにおける独創的で個性ある新しい味わいの「CREATIVE BREW（CB）」シリーズでは、YBT限定で提供した商品をベースに第5弾「燻」を9月10日より期間限定発売
- ・ 今後もYBTでのリアル体験、CBシリーズの発売など、エビスブランド全体としてお客様・地域との接点を増やすことで、購買機会拡大につなげる



CB第5弾
「燼」
9/10より
期間限定発売



CB第6弾
「焦香」
11/19より
期間限定発売
(予定)

▶ RTD強化 (1-2)

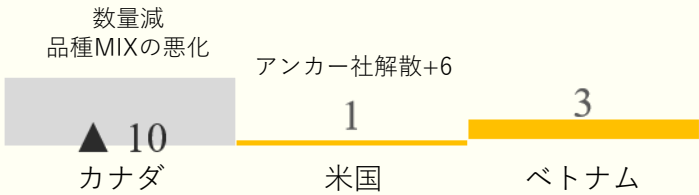
- ✓ **RTD (缶) 計** 対22年+19% (売上金額ベース) 参考) 対前年+1%
- ・ 前年は越えているものの、計画に対してはビハインド
 - ・ 濃いめブランドを中心にリカバリーを図る
⇒ 「濃いめのグレフルサワー」が好評により9月25日より通年販売



海外酒類

売上収益：711億円（前年比+42億円、+6.3%）
事業利益：3億円（前年比▲6億円、▲68.7%）

● 事業利益増減要因



サッポロブランドは米国・APACを中心に成長継続、カナダ及び米国は市場の軟調が継続し減益

● 市場概況及び当社の状況

市場概況

-  ビール市場は昨夏よりインフレ影響により軟調が継続
低価格帯へのシフトも見られる
-  クラフト市場はインフレ影響により軟調が継続
-  景気回復に合わせビール市場も回復基調
今後の増税可能性がリスク

当社の状況

- 海外ブランドは苦戦も、サッポロブランドは成長を継続
- ✓ 海外ブランド数量：対前年▲7%
 - ✓ サッポロブランド数量：対前年+22%
- 北米 ：+7%
その他地域：+46%
- * いずれも売上数量ベース



● Stone社とのシナジーの状況（3-1~3）

製造物流シナジーの状況

- Q2時点では製造移管スケジュールに若干の遅れがあり、生産効率やオペレーション面においても課題がある状況
 - 全SKUのラインが立ち上がり製造開始
 - 生産効率やオペレーション面の課題
については改善に向けた取組を推進
- *米国事業に関してはP.8に記載

外食

売上収益：157億円（前年比+8億円、+5.1%）
事業利益：16億円（前年比▲1億円、▲4.6%）

販管費の増加により対前年で増収減益も、計画に対しては順調に進捗

● 既存店の強化（顧客体験価値向上）
・注力業態へのシフト（4-2）

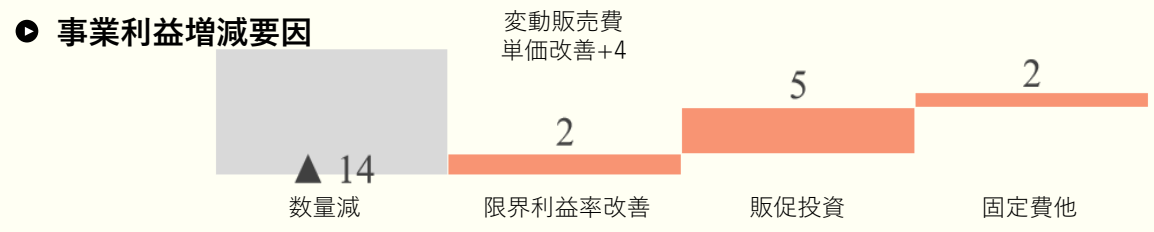
店舗数は横ばいだが、既存店舗の
客数・客単価向上のトレンドは継続

SLN社既存店売上実績（前年比）

	（前年比）	1-9月累計
売上高		108%
客数		103%
客単価		104%

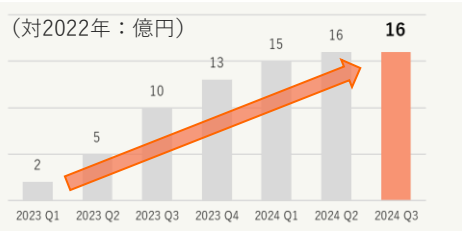
国内食品飲料

売上収益：659億円（前年比▲17億円、▲2.5%）
事業利益：14億円（前年比▲5億円、▲26.5%）



コストマネジメントによる販促投資・固定費抑制も、構造改革や一部商品価格改定後の数量減少による減収影響が大きく減益

- 抜本的な構造改革（5）
- ✓ 構造改革の状況
 - 2023年より実施してきたコスト構造改革の取組
- 対2022年+16億円 *Q4に向けて取組は継続

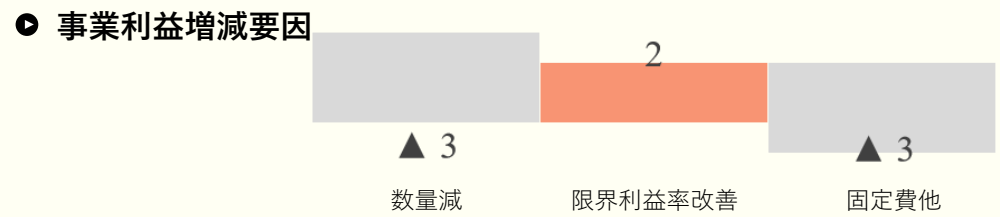


- レモンの取組
- ✓ 「ポッカレモン100」瓶3品リニューアル発売
 - 50年以上に渡るロングセラーブランドについて、「高めの血圧（収縮期血圧）を下げる」を表示した機能性表示食品として9月上旬よりリニューアル発売



海外飲料

売上収益：202億円（前年比+5億円、+2.3%）
事業利益：8億円（前年比▲4億円、▲32.4%）



注力するマレーシアは順調に伸長も、輸出の減少により減益（中東向け影響、Q3より順次再開）

- シンガポール 
- CVS・ECは好調であるものの、インフレ影響等により減少
 - ✓ シンガポール売上金額：対前年▲4%
(現地通貨売上金額ベース)

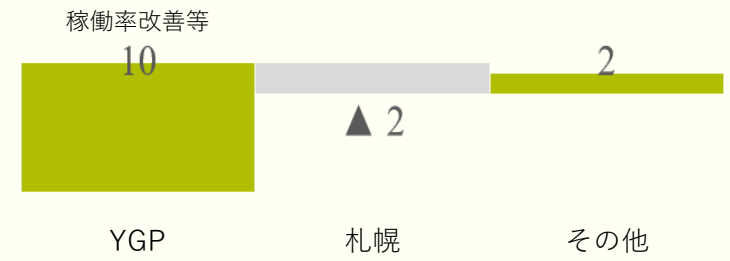
- マレーシア 
- 販売体制強化により、売上拡大
 - ✓ マレーシア売上金額：対前年+23%
(現地通貨売上金額ベース)

- 輸出
- 昨年発生した一部取引先の販売停止影響で減収
 - 中東向け輸出はQ3より順次再開
 - ✓ 輸出売上金額：対前年▲31%
(現地通貨売上金額ベース)

不動産

売上収益：176億円（前年比+17億円、+10.5%）
事業利益：51億円（前年比+9億円、+21.8%）
EBITDA：97億円（前年比+14億円、+16.9%）

● 事業利益増減要因

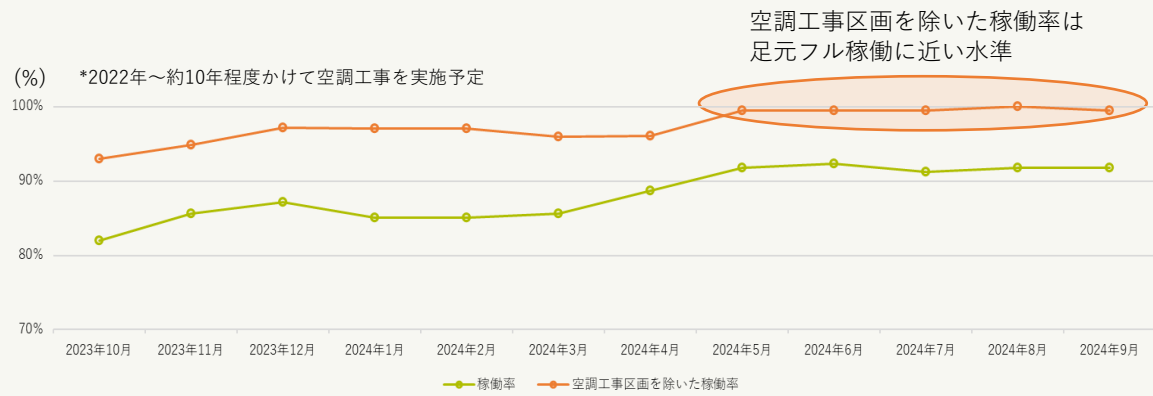


札幌ホテル開業に伴う一時コスト等の影響はあるものの、YGP増収やコストマネジメント等により増益

● 物件価値向上の取り組み（恵比寿エリア）

YGPオフィス稼働率推移

- 空調工事*により稼働率は低下しているが、前年より向上、下期は計画を上回る稼働率で推移



YGP開業30周年記念の取組

- 「みんなで作るビールプロジェクト」では、YGPで働くプロジェクトメンバーが中心となり、参加型ワークショップを通じてYGP30周年記念ビールを開発。デザインは恵比寿のまちの皆様による投票、醸造は「YEBISU BREWERY TOKYO」で行われるなど、YGPならではのプロジェクトとなった
(参考：【[ニュースリリース](#)】「恵比寿ガーデンプレイス開業30周年記念イベント」開催)



- 上記の他にも10月8日の開業30周年を記念し、年間を通じて様々な施策を実施。来場者数の増加による売上効果だけでなく、オフィスの魅力度向上にも寄与
- 一連の施策がブランドコンセプト「はたらく、あそぶ、ひらめく。」を具現化した点を評価され、「第10回リテールプロモーションアワード」（株式会社ビジネス社）を受賞
(参考：【[プレスリリース](#)】リテールプロモーションアワード受賞)

事業戦略：アクションプランKPI



※1 為替前提130円
※2 現地通貨ベース（シンガポール通貨）

		Q3実績			通期			中計目標
		2022年Q3	2023年Q3	2024年Q3	2022年	2023年	2024年計画	2026年目標
国内酒類	ビール強化・ビール類利益率改善							
	ビール強化：ビール構成比（1-1）		66%	69%	77%	68%	73%	79%
	利益率改善：酒税抜き売上単価（1-1）		-	+11% (22年比)	+16% (22年比)	-	+9% (22年比)	+11% (22年比)
	RTD事業の成長・生産効率化 他							
	RTDの成長：RTD（缶）売上金額（1-2）		-	+18% (22年比)	+19% (22年比)	-	+19% (22年比)	+31% (22年比)
海外酒類	Stone社買収シナジー/サッポロブランド成長							
	サッポロブランド数量（3-1~3）		499万函	531万函	647万函 (対前年+22%)	661万函	716万函	809万函 (対前年+13%)
	コストシナジー（3-1~3）※1		-	-	-	-	\$4M	\$11M
国内食品飲料	コスト構造改革（5）		-	10億円	16億円 (対前年3億円)	-	13億円	20億円 (対前年7億円)
海外飲料	売上拡大 海外売上金額（6）※2 OEM除く		-	+0.7% (22年比)	▲3% (22年比)	-	+2.8% (22年比)	+7.6% (22年比)
不動産	YGPの価値向上 平均賃料単価増加率（8）		-	-	-	-	+0.5% (22年比)	+2.8% (22年比)
全社	事業ポートフォリオの抜本的整理（9）		-	-	-	-	11億円 (22年比)	-

参考資料

財務指標							
	Q3実績			通期			中計目標
	2022年Q3	2023年Q3	2024年Q3	2022年	2023年	2024年計画	2026年目標
ROE	-	-	-	3.3%	5.0%	5.5%	8.0%
(目安) 事業利益 ※	58億円	144億円	140億円	93億円	156億円	190億円	250億円
EBITDA 年平均成長 (CAGR)			20.6%			16.7%	10%程度
(目安) EBITDA ※	209億円	293億円	304億円	299億円	360億円	407億円	500億円
海外売上収益 年平均成長 (CAGR)			15.3%			10.3%	10%程度
(目安) 海外売上収益 ※	725億円	900億円	965億円	1,022億円	1,196億円	1,244億円	1,400億円

2026年目標は中計策定時より変更していません

※財務目標を達成するための目安

事業利益率の状況



	事業利益率						
	Q3実績			通期			中計目標
	2022年Q3	2023年Q3	2024年Q3	2022年	2023年	2024年計画	2026年目標
国内酒類	2.6%	5.3%	5.6%	3.5%	5.3%	5.7%	5.7%
海外酒類	2.0%	1.2%	0.4%	▲0.4%	▲0.3%	1.1%	6.2%
外食	▲7.2%	11.6%	10.5%	▲3.3%	10.5%	8.8%	5.0% (2024年の利益水準維持を目指す)
国内食品飲料	▲0.5%	2.8%	2.1%	0.9%	2.3%	2.4%	3.8%
海外飲料	5.9%	5.7%	3.7%	3.6%	▲2.2%	4.6%	5.0%
不動産 ※	3.5%	3.5%	3.8%	4.9%	4.7%	4.7%	5.7%

※EBITDAベースのROA

財政状態計算書の状況

(億円)

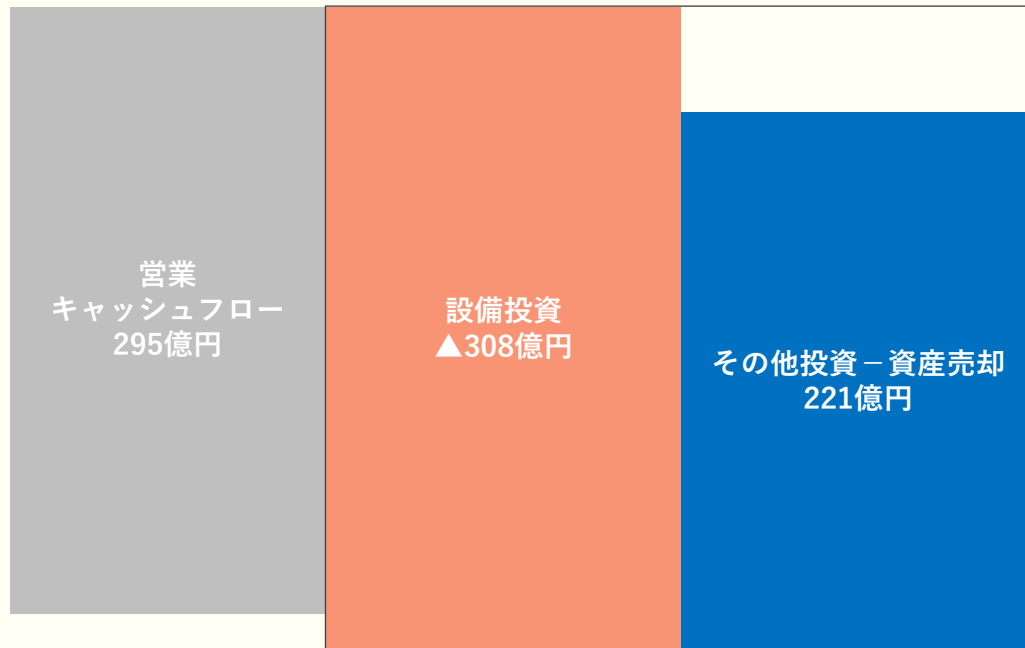


資産	2023期末	2024Q3	増減
現預金	172	234	62
営業債権	980	771	▲209
棚卸資産	476	514	39
流動資産その他	136	104	▲31
固定資産及び無形資産	1,527	1,627	100
投資不動産	2,112	2,222	110
のれん	351	351	▲1
非流動資産その他	883	853	▲30
資産合計	6,636	6,675	39

負債・純資産	2023期末	2024Q3	増減
営業債務	387	376	▲11
短期金融負債	397	667	271
流動負債その他	1,128	974	▲154
長期金融負債	1,829	1,476	▲353
退職給付に係る負債	34	32	▲2
非流動負債その他	1,028	1,143	115
負債合計	4,803	4,669	▲135
親会社所有持分	1,823	1,995	172
非支配持分	9	11	1
資本合計	1,832	2,006	174
負債・資本合計	6,636	6,675	39
ネットD/Eレシオ（倍）	1.1	1.0	—
金融負債残高	2,226	2,143	▲83

キャッシュフローの状況

(億円)	2023Q3 実績	2024Q3 実績	増減	増減率
営業活動によるCF	382	295	▲ 87	▲ 22.8%
投資活動によるCF	▲ 152	▲ 87	65	—
フリーCF	230	207	▲ 22	▲ 9.6%
財務活動によるCF	▲ 199	▲ 148	51	—



キャッシュイン
295億円

キャッシュアウト
▲87億円

<投資金額 (① + ②)> ▲87 億円

① 設備投資 (支払ベース) : ▲308 億円
(有形固定資産・無形固定資産・投資不動産)

<主な内訳>

- ・酒類：▲118億円
国内：▲71億円 海外：▲47億円
- ・食品飲料：▲20億円
国内：▲14億円 海外：▲6億円
- ・不動産：▲158億円
恵比寿スクエア他
- ・全社：▲12億円

② その他投資－資産売却 : 221 億円
(固定資産売却、株式売却他)

政策保有株式⁹銘柄売却 (売却額：135億円)

国内酒類

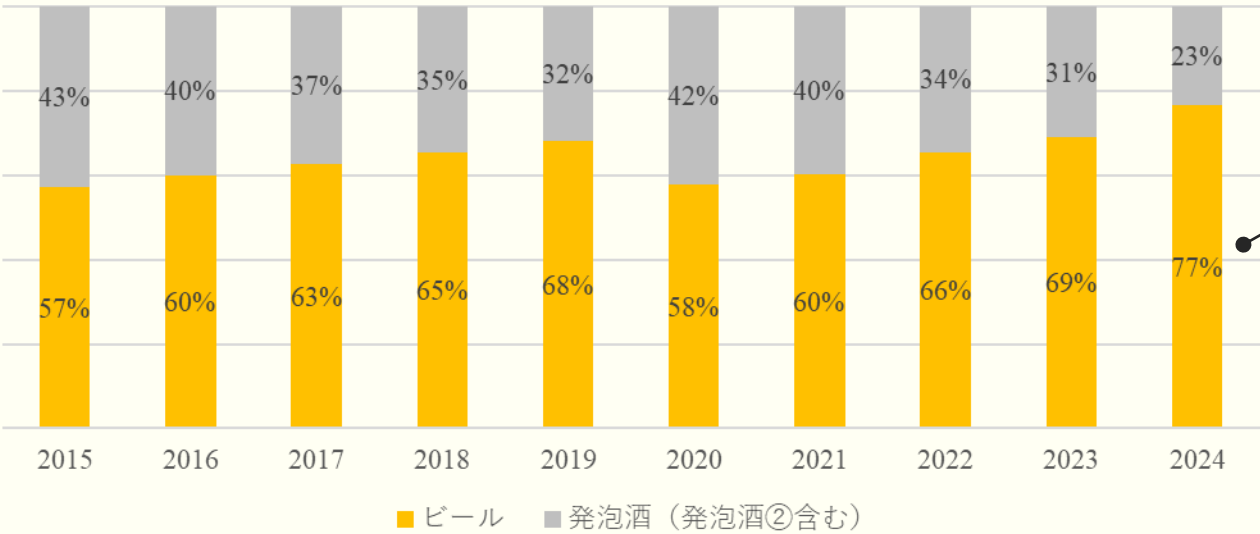
(万函 ※1)

国内酒類 売上数量 (※2)	2023Q3	2024Q3	前期比
①ビール計	-	-	9.2%
黒ラベル計	-	-	13.0%
エビス計	-	-	0.8%
②発泡酒計 (含む発泡酒②)	-	-	▲26.1%
ビールテイスト合計 (①+②)	-	-	▲1.7%

※1：大瓶換算

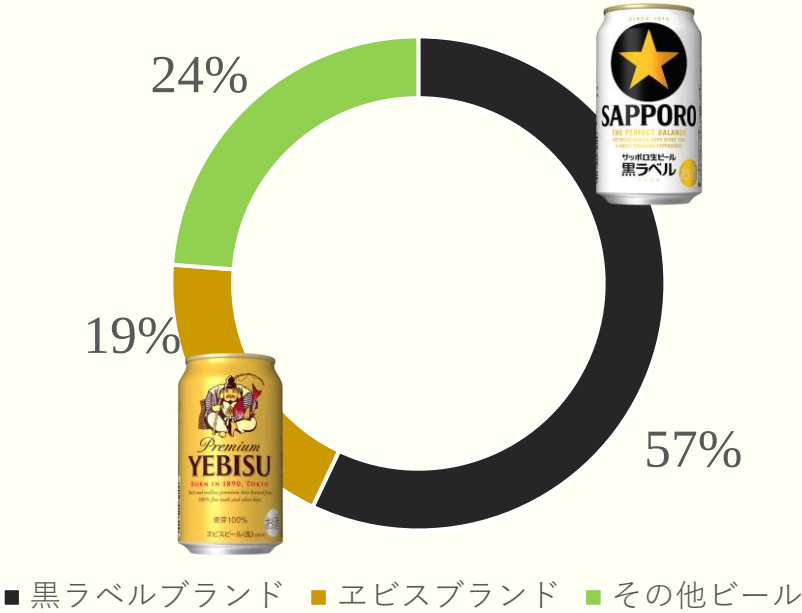
※2：ビール酒造組合での合意により、国内ビール類の売上数量実績は、第2四半期及び第4四半期のみ開示しております。

＜ビール構成比10年推移＞ (1～9月累計)



＜ビールカテゴリー 売上数量構成比＞

(1～9月累計)



酒類事業データ

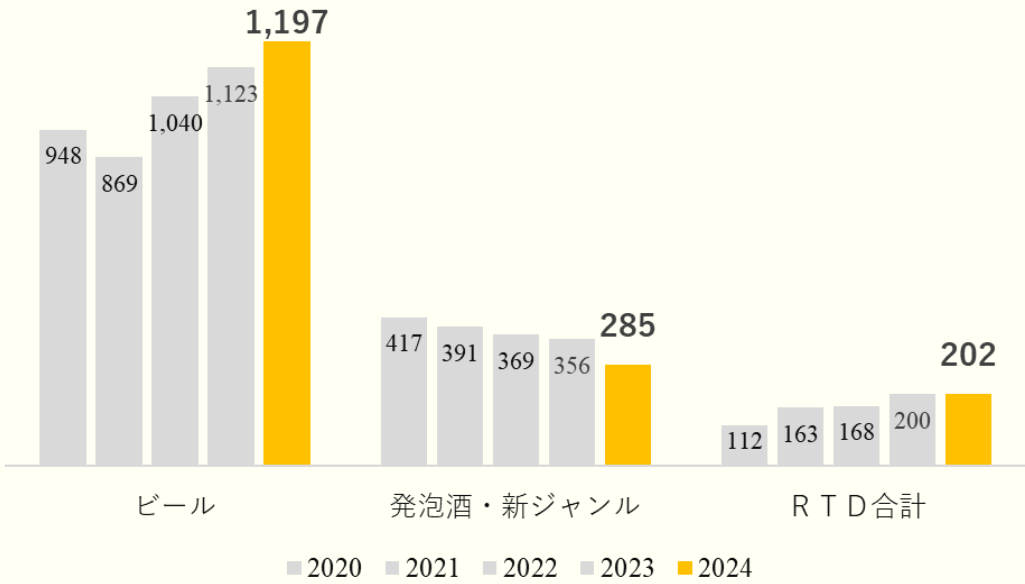


国内酒類

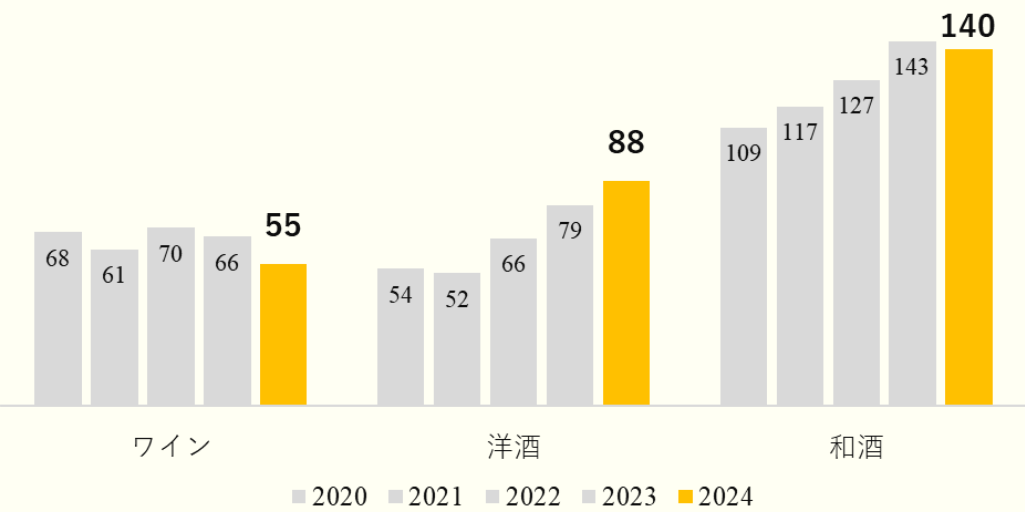
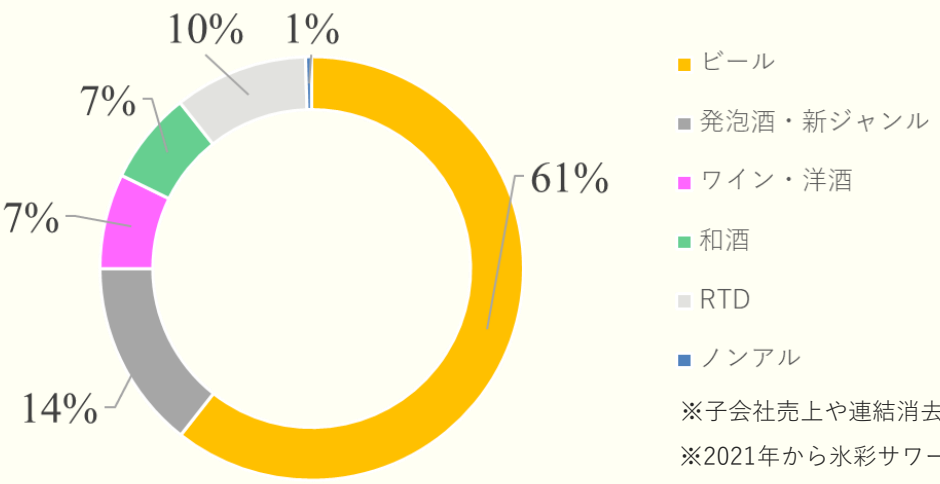
(億円)

国内酒類 売上金額	2023Q3	2024Q3	前期比
ビール	1,123	1,197	6.6%
発泡酒（含む発泡酒②）	356	285	▲20.1%
ビールテイスト合計	1,480	1,482	0.2%
RTD	200	202	0.6%
国産ワイン	22	14	▲35.9%
輸入ワイン	44	41	▲6.2%
ワイン計	66	55	▲16.3%
スピリッツ（洋酒・焼酎）	221	228	3.1%
合計	1,967	1,967	0.0%

<事業別 売上金額 推移> (1~9月累計)
(億円)

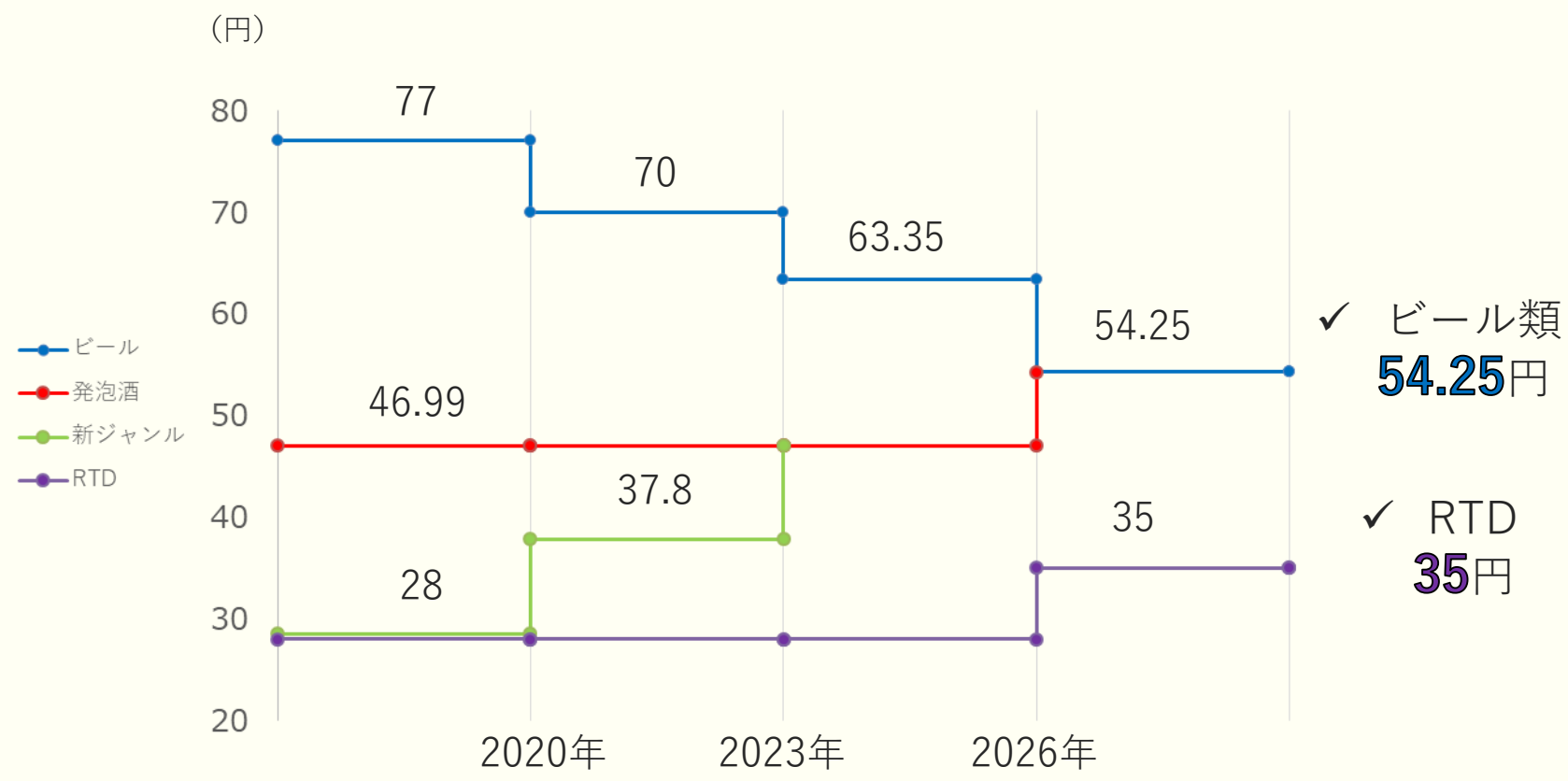


<売上金額 事業別構成比> (1~9月累計)



国内酒類

<ビール類酒税一本化：350ml当たりの酒税額の推移>



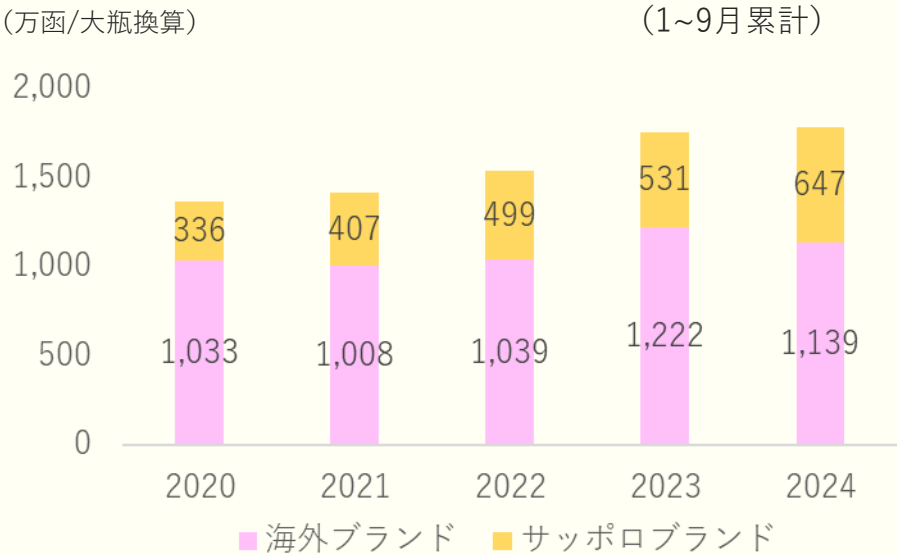
海外酒類

(万函)

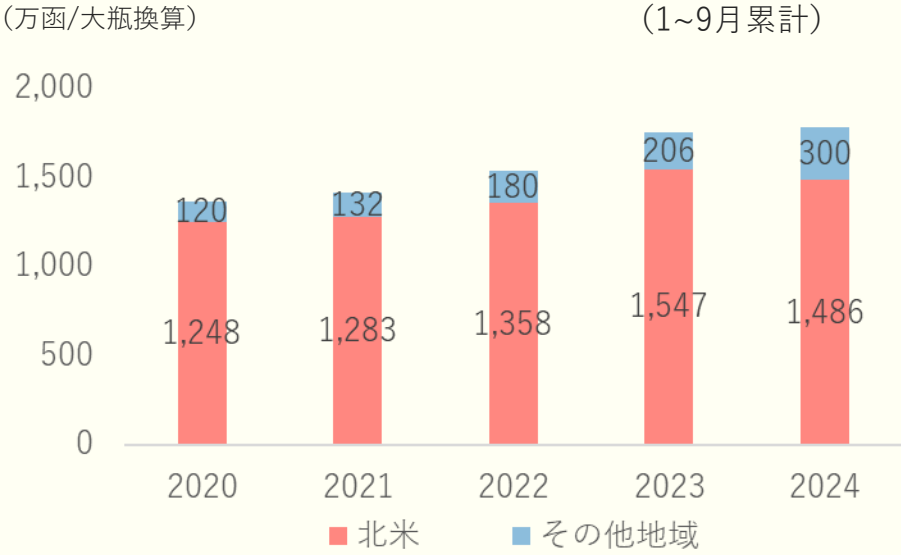
海外ビール類 売上数量	2023Q3	2024Q3	前期比
海外ブランド (※1)	1,222	1,139	▲6.8%
サッポロブランド	325	347	6.5%
①北米	1,547	1,486	▲4.0%
サッポロブランド	206	300	45.7%
②その他地域	206	300	45.7%
合計 (①+②)	1,753	1,785	1.8%
サッポロブランド合計	531	647	21.7%

※1：スリーマン社、アンカー社、ストーン社を含む。

<海外ビール ブランド別 売上数量 推移>

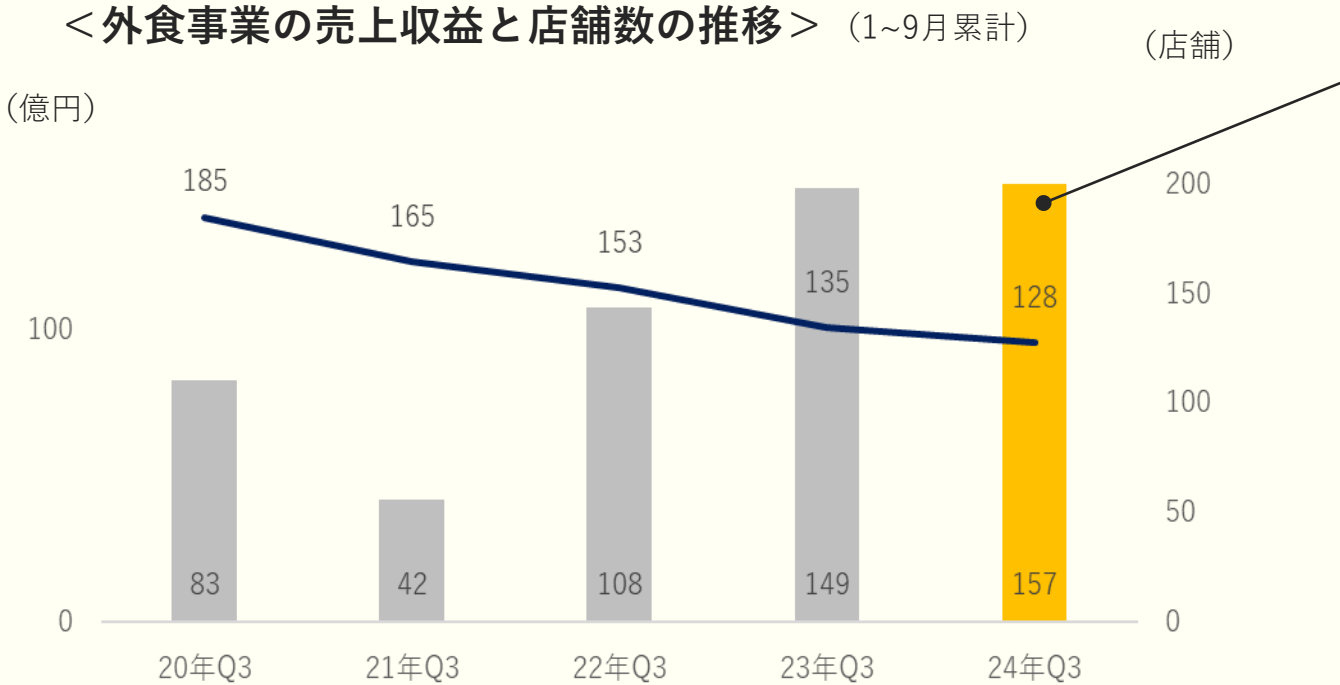


<海外ビール エリア別 売上数量 推移>



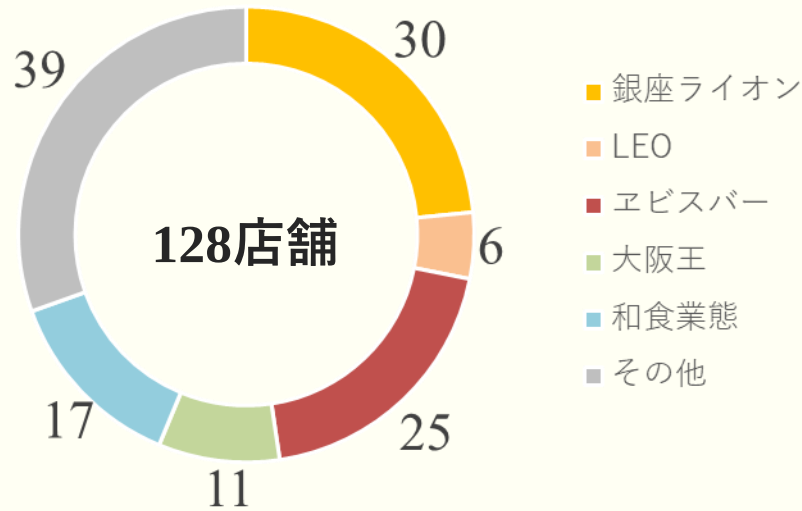
外食

外食	2023Q3	2024Q3	前期比
売上収益（億円）	149	157	5.1%
店舗数	135	128	▲5.2%

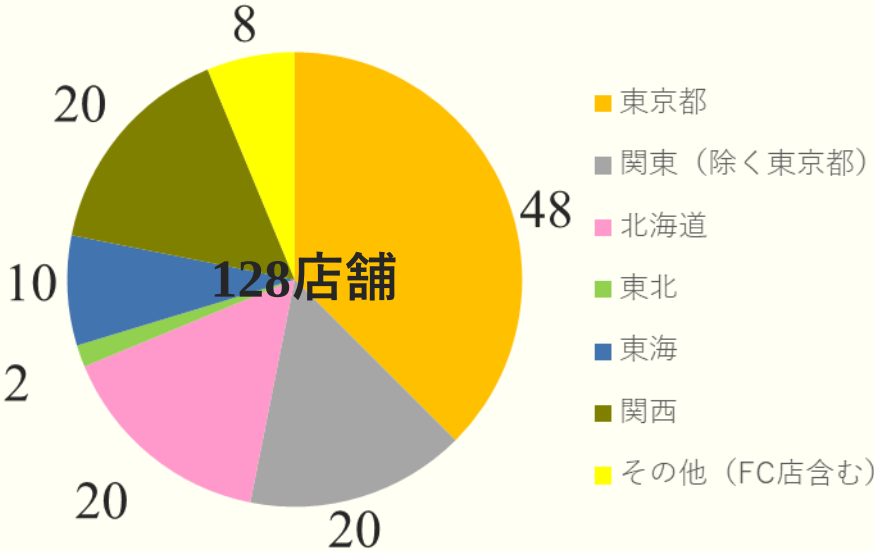


棒グラフ：外食事業売上収益推移
折れ線グラフ：SLNグループ店舗数推移

＜店舗数業態構成比＞



＜店舗数地域別構成比＞



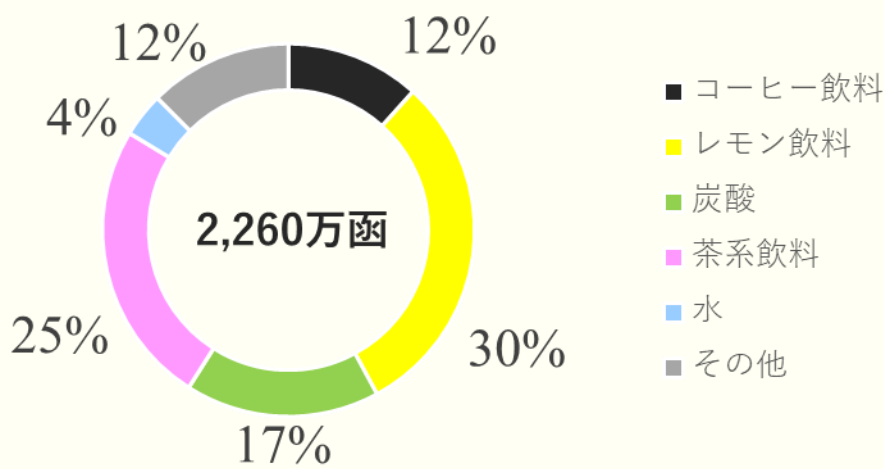
国内食品飲料

(億円)

国内食品飲料 売上金額 (※1)	2023Q3	2024Q3	前期比
飲料水	431	413	▲4.2%
食品 (レモン・スープ・プランツミルク)	205	185	▲9.8%

※1：ポッカサッポロフード&ビバレッジ単体 国内売上のみ。（リベート控除前）

<ポッカサッポロフード&ビバレッジ>
国内飲料ジャンル別売上数量 構成比 (1~9月累計)



海外飲料

(百万SGD)

海外飲料 売上金額 (※2)	2023Q3	2024Q3	前期比
シンガポール	117	112	▲4.1%
マレーシア	18	22	22.6%
輸出	40	28	▲30.6%

※2：OEM除く、リベート控除前

【コーヒー飲料】

✓ 前年同期比▲15%
(売上数量)



【茶系飲料】

✓ 前年同期比▲5%
(売上数量)



【レモン飲料】

✓ 前年同期比+7%
(売上数量)



【水】

✓ 前年同期比▲8%
(売上数量)



【炭酸飲料】

✓ 前年同期比▲14%
(売上数量)



【その他】

✓ 前年同期比▲24%
(売上数量)

不動産

< 主要物件概要・稼働率 : (1~9月平均・入居ベース) >

	敷地面積 (㎡)	延床面積 (㎡)	平均 稼働率 (%)	階数
恵比寿ガーデンプレイス ⁽¹⁾	56,943	298,007	89	地下5階 地上40階建
銀座プレイス	645	7,350	100	地下2階 地上11階建
ストラータ銀座 ⁽²⁾	1,117	11,411	100	地下1階 地上13階建

(1) : 「階数」はオフィス棟部分のみ、「稼働率」はオフィス区画にて記載
(2) : 100%持分にて記載。当社持分は、土地922㎡（区分所有）、建物89.72%（共有持分）

< 事業利益の内訳 >

(億円)

	2023 Q3	2024 Q3	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	31	41	10
賃貸運営	14	14	0
札幌	6	3	▲ 2
エクイティ他	▲ 9	▲ 7	1
合計	42	51	9

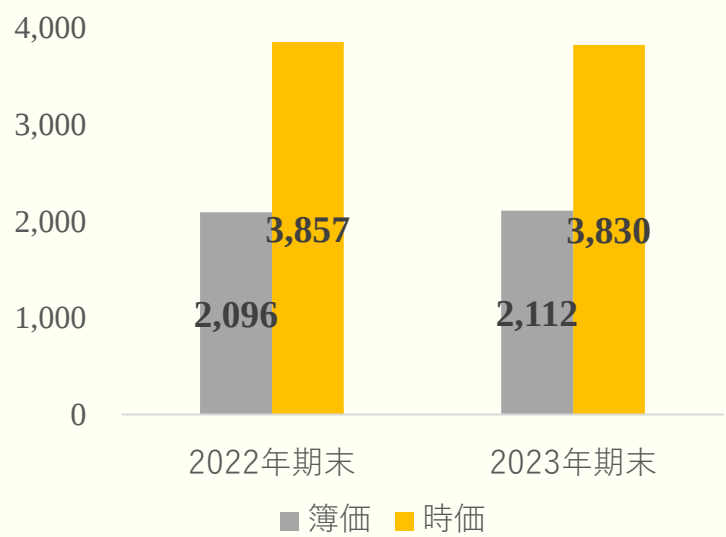
< EBITDAの内訳 >

(億円)

	2023 Q3	2024 Q3	増減
恵比寿ガーデンプレイス関連	59	71	12
賃貸運営	17	20	3
札幌	10	7	▲ 3
エクイティ他	▲ 3	▲ 1	2
合計	83	97	14

< 賃貸等不動産期末時価情報 >

(億円)



TNFDの取組

TNFD(注1)情報開示フレームワークに基づく自然関連財務情報を「気候変動への取り組み」と統合開示開始

ビール原料である大麦や麦芽に注目し「施肥最適化コミュニケーション」の100%実施を目指します。



Taskforce on Nature-related Financial Disclosures

サッポロホールディングス（株）は、TNFD(注1)の開示フレームワークに基づいた自然関連情報をサステナビリティサイトに公開しました。当社は2019年5月にTCFD提言への賛同を表明して以来情報開示してきた「気候変動への取り組み」に、今回の自然関連財務情報を統合し、一連の分析結果として整理して開示しています。

【TNFD情報開示フレームワークに基づいた自然関連財務情報の要点】

■全事業の分析と評価対象の選定(Scopingフェーズ)

当グループの「酒類」「食品飲料」「不動産」のサプライチェーンを評価し、自然への依存・影響が大きい「大麦とホップの生産」をLEAPアプローチで詳細評価の対象としました。

■「大麦とホップの生産」に関する、LEAPアプローチに沿った分析内容

- ・調達先農地の位置情報を把握し、その周辺にある自然の状態などを評価。
- ・自然への依存と影響を整理。自然に影響を与える重要なファクターとして水質汚染があり、その要因である窒素肥料の投入量に着目。
- ・自然関連のリスク・機会を特定しその発生可能性などを評価。気候変動関連対応と統合した形で整理し、対応策の再整理と新たな目標設定。

【新たに設定した自然資本に関連した目標】

当社は、本年3月FLAG関連の温室効果ガス排出削減目標について、国内で初めてSBT認定を取得しました。今回新たに目標を設定し、FLAG関連の温室効果ガス排出の削減、および自然への影響の低減のため、調達規模が最も大きい大麦/麦芽のサプライヤーに対して、窒素肥料の投入量把握および施肥最適化に向けたコミュニケーションを進めていきます。

(注1)自然関連財務情報開示タスクフォース（Taskforce on Nature-related Financial Disclosures）

詳細は[こちら](#)を参照ください

環境負荷を低減した麦芽「Clim Trace(クライムトレイス)」を日本で初めてビール製造に採用

ビールの原料である麦芽のサプライヤーと連携してFLAG関連の排出削減を推進

サッポロビール（株）は、環境負荷を低減した大麦を使用した麦芽「Clim Trace」を用いてビールを製造し、11月に「YEBISU BREWERY TOKYO」で数量限定商品として発売します。「Clim Trace」はフランスの「Soufflet Malt」社が製造した麦芽で、土壌分析を行い最小限の肥料を使用して栽培された大麦を原料としています。11月13日に「YEBISU BREWERY TOKYO」で発売される「Velvet twilight」での使用が日本初となり、今後も他のビール商品に採用予定です。



当社は「安全・安心」なおいしさを実現するために原料に徹底的にこだわり、世界各地の生産者と当社フィールドマンが連携し、安全・安心・高品質な原料の調達を実現しています。フィールドマンが生産地に赴くなど、長年にわたるサプライヤーとの連携により、「Clim Trace」の採用が実現しました。



詳細は[こちら](#)を参照ください

潤いを創造し 豊かさに貢献する



本資料は、投資判断の参考となる情報提供のために作成されたものであり、投資勧誘又はそれに類する行為を目的としたものではありません。
また、本資料に記載された業績予測ならびに将来予測は、資料作成時点での弊社の判断であり、潜在的なリスクや不確実な要素が含まれています。
従って、将来実際に公表される業績等は、本資料に記載されている内容とは大きく異なる結果となる可能性があります。
弊社は、本資料の情報を使用されたことにより生じるいかなる損害についても責任を負うものではありませんので、ご了承ください。